

---



## ОБЩЕСТВО. ЯЗЫК. КОММУНИКАЦИИ



---

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3979395>  
УДК 81'367.7

**Кудряшова А.Н., Науменко М.Г., Косякова М.С.**

*Кудряшова Анна Николаевна*, кандидат педагогических наук, доцент, Российская таможенная академия, Ростовский филиал. 344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский, д. 20. E-mail: fairagness@mail.ru.

*Науменко Марина Георгиевна*, кандидат филологических наук, доцент, Южный федеральный университет. 344082, Россия, ул. Большая Садовая, д. 33. E-mail: m\_naumenko@mail.ru.

*Косякова Марина Станиславовна*, Южный федеральный университет. 344082, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 33. E-mail: mariiina@yandex.ru.

### **Парцелляция как эффективное средство художественной изобразительности в заголовке современной англоязычной газетной статьи**

**Аннотация.** Данная статья посвящена парцелляции как одному из часто встречающихся и наиболее эффективных синтаксических средств художественной выразительности в современном англоязычном газетном заголовке. В связи с тем, что заголовок играет решающую роль в процессе принятия читателем решения о целесообразности прочтения всей статьи, в заголовке современной англоязычной газеты для привлечения внимания читателя наиболее часто употребляются такие стилистические синтаксические средства, как повествовательный вопрос, эллипсис, именительный темы, антитеза, параллельные конструкции, парцелляция. В результате исследования было установлено, что использование парцелляции в заголовке способствует достижению разнообразных стилистических эффектов, вызывает интерес читателя к прочтению статьи благодаря емкости, сжатости, а также неожиданности представления информации.

**Ключевые слова:** публицистический стиль, газетный заголовок, синтаксическое стилистическое средство, парцелляция, парцеллированная конструкция.

**Kudryashova A.N., Naumenko M.G., Kosyakova M.S.**

*Kudryashova Anna Nikolaevna*, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Russian Customs Academy, Rostov Branch. 344002, Russia, Rostov-on-Don, Budennovskiy av., 20. E-mail: fairagness@mail.ru.

*Naumenko Marina Georgievna*, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Southern Federal University. 344082, Russia, Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya st., 33. E-mail: m\_naumenko@mail.ru.

*Kosyakova Marina Stanislavovna*, Southern Federal University. 344082, Russia, Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya st., 33. E-mail: mariiina@yandex.ru.

## Parceling as an effective expressive means in the modern English newspaper article headline

**Abstract.** The article is aimed at analyzing parceled construction as one of the most effective syntactic stylistic means in the modern English newspaper article headline. Due to the fact that the heading plays a crucial role in the reader's decision whether to read the whole article, authors use the following syntactic stylistic means in order to attract the reader's attention: narrative question, ellipsis, nominative of the theme, antithesis, parallel constructions, parceling. Findings indicate that parceled constructions used in newspaper headings perform various stylistic functions, attract the reader's attention and make them read the article due to the concise and unexpected way of presenting the information.

**Key words:** publicist style, newspaper headline, syntactic stylistic means, parceling, parceled construction.

Публицистический стиль как отдельный функциональный стиль выделился в середине 18 века. Публицистический стиль представлен устной и письменной формами. В своей письменной форме публицистический стиль раскрывается в эссе, газетных и журнальных статьях. В арсенале публицистического стиля находятся те же стилистические приемы, что и в стиле художественной литературы, т.е. они берутся из базового языкового фонда. Еще одна особенность, сближающая публицистический стиль с художественной литературой – это индивидуальность автора, находящая отражение в тексте.

Большинство таких авторов как, например, И.В. Арнольд, И.Р. Гальперин, Г.Я. Солганик выделяют две главные функции публицистического стиля – информационную и воздействующую [1, 2, 5]. Воздействующая функция подразумевает убеждение читателя или слушателя в правильности интерпретации событий, явлений и т.п., предлагаемой автором текста. Писатель старается навязать аудитории свою точку зрения не только посредством логической аргументации, но и с помощью эмоционального воздействия.

Эмоциональная окрашенность текстов газетных статей является результатом использования различных стилистических средств, как лексических, так и синтаксических, значительная часть ко-

торых уже стали устоявшимися, традиционными.

По мнению Н.В. Чигиной и Е.И. Петуховой, в сегодняшней газете традиционные ранее средства оценки уже могут иметь не воздействующий, а обратный эффект – эффект отторжения материала. Современная газета постепенно освобождается от «засилья клише». Освобождаясь от стандартизации речи, публицисты обращаются к поиску новых, более действенных, экспрессивных средств выражения оценочности [8, с. 138].

В современной газетной статье можно обнаружить практически любой стилистический прием, который при умелом использовании превращается в мощное средство для выражения оценки, личного отношения к затрагиваемой теме, а также для оказания необходимого эмоционального эффекта на читателя.

Первое, что привлекает читателя, просматривающего газету, – это заголовок статьи. В значительной степени именно заголовок определяет, захочет ли человек прочитать полный текст статьи, следовательно, именно в заголовке газетной статьи оправдано и уместно употребление средств выразительности. По мнению Л.Н. Мурзина и А.С. Штерна, заголовки служат «компрессированным» текстом, он является «метой» произведения, его сигналом, знаком [3, с. 87].

Многие исследователи отмечают, что для англоязычных газетных заголовков

характерно опущение артиклей, личных местоимений, вспомогательных глаголов, глаголов-связок, а также использование простых времен вместо сложных (И.В. Арнольд, И.Р. Гальперин, Ю.М. Скребнев) [1, 2, 4].

Так как газетное заглавие должно быть выразительным и привлекающим внимание, при его создании авторы стараются использовать те или иные языковые средства художественной изобразительности. Для именованя средств художественной выразительности также используются понятия «средства экспрессии», «стилистические средства», «фигуры речи».

По определению из «Толкового переводоведческого словаря» фигура речи – это оборот речи, особое сочетание слов, синтаксическое построение, используемое для усиления выразительности высказывания [7, с. 429]. Фигуры речи можно разделить на две большие группы: лексические и синтаксические.

Проблемой исследования синтаксических средств занимались многие отечественные ученые. Ю.М. Скребнев в своей классификации выделяет синтаксические средства, характеризующиеся отсутствием элементов, обязательно присутствующих в нейтральных конструкциях, и средства, в которых, наоборот, выразительность достигается за счет избыточности несущественных элементов. В первую группу входят эллипсис, умолчание, номинативные предложения, отсутствие вспомогательных элементов, во вторую пролепсис, выделение ремы высказывания, многосоюзие; средства, основанные на переосмыслении синтаксических конструкций (косвенные речевые акты) будто бы утвердительные предложения, будто бы отрицательные предложения, будто бы повелительные предложения, будто бы вопросительные предложения. Отдельно Ю.М. Скребневым выделяется инверсия [4].

Материалом нашего исследования послужили заголовки статей, опубликованных в британской газете «The Times»

и американской газете «The New York Times».

Приведем примеры некоторых традиционно употребляемых в публицистике синтаксических стилистических приемов.

1) Повествовательный вопрос – вопрос, ответ на который тут же дает сам автор. В случае газетных заголовков, такие вопросы-ответы позволяют автору статьи сразу выразить своё мнение по поводу освещаемой проблемы.

*Why Don't You Donate for Syrian Refugees? Blame Bad Marketing* (The New York Times).

*Get Married, Get Healthy? Maybe Not* (The New York Times).

2) Эллиптические предложения – предложения, в которых опускается какой-либо из членов предложения.

*Pretty in Pink* (The New York Times).

Газетные заголовки, представленные эллиптическими предложениями, привлекают внимание читателя, создают эффект содержательной неопределенности, которая может быть устранена после прочтения статьи, а также выполняют функцию экономии языковых средств.

3) Именительный темы (именительный представления) – это фигура речи, в которой вначале представлено существительное в именительном падеже, называющее тему последующей фразы.

*Cyber fraud: why every generation is at risk* (The New York Times).

В данном синтаксическом приеме выразительности сразу же обозначается тема статьи, а также раскрываются основные аспекты её содержания. Данный прием как нельзя лучше подходит для роли газетного заголовка, и потому он часто используется авторами статей. Его функция заключается в вызове особого интереса к предмету высказывания и усилении его звучания.

4) Антитеза – сопоставление двух противоположных мыслей или образов для большей силы и яркости выражения.

*A Husband for Home; a Wife for Away* (The New York Times).

*Why Are So Many Young Voters Falling for Old Socialists?* (The New York Times).

Несомненно, антитеза привлекает внимание, в заголовке, построенном на основе антитезы, усиливается эффект воздействия на читателя.

5) Параллельные конструкции представляют собой такую композицию высказывания, в которой отдельные части построены однотипно. Параллелизм создает, как и всякий повтор, ритмическую организацию высказывания и благодаря своему однообразию служит фоном для эмфатического выделения нужного отрезка высказывания или слова.

*Trump Talks; America Trembles* (The New York Times).

Анализ фактического материала показал, что в современных газетах все чаще используется такой эффективный и не «избитый» стилистический прием, как парцелляция. Парцелляция – стилистический прием, состоящий в таком расчленении единой синтаксической структуры предложения, при котором она воплощается не в одной, а в нескольких интонационно-смысловых речевых единицах, или фразах [6, с. 279].

6) Парцеллированная конструкция состоит из основной части и парцеллята, который может отделяться от неё разными знаками препинания: точкой, многоточием, тире, точкой с запятой, вопросительным знаком, восклицательным знаком, скобками.

Для современного синтаксиса характерен номинативный стиль, основой которого часто служит парцелляция. Информация подается сжато, емко и предельно компактно.

Парцеллированные конструкции обладают богатыми возможностями в плане воздействия на читателя. Использование парцелляции в заголовке способствует достижению разнообразных стилистических эффектов и повышает привлекательность заголовка. Парцелляция привлекает внимание читателя, застает его врасплох, заставляет испытать некоторое недоумение, а, следовательно, несомнен-

но вызывает желание прочитать статью целиком. Приведем примеры:

*A Treehouse – With Wi Fi And A Kitchen* (The Times). Здесь экспрессивность заголовка достигается за счет выделения в основную часть дома на дереве и помещения в парцеллят тех вещей, которые придают этому дому особое своеобразие, тем самым интригуя читателя и вызывая его интерес.

*Prince exposed as fraud who fooled politicians, priests ... and Pammy* (The Times). В данном случае парцелляция делает заголовок более «игривым» и создает некоторый контраст. В статье речь идет о человеке, который притворялся принцем и заставил поверить в это не только политиков, священников, но и американскую актрису Памелу Андерсон, с которой он проводил время.

*For Macron's Party in France, Success Is Broad. But How Deep?* (The New York Times). Парцеллированный вопрос подчеркивает сложность, неоднозначность и дискуссионность описываемой в статье проблемы.

*Climate Change Isn't Just a Fact for the Dutch. It's an Opportunity* (The New York Times). Парцелляция создает интригу и вызывает у читателя интерес узнать, какую же возможность предоставляет Нидерландам изменение климата.

*Trump Is Praised – by the Cabinet He Appointed* (The New York Times). Парцелляция в этом заголовке придает ему оттенок иронии.

*Don't Leave the W.H.O. Strengthen It* (The New York Times). В данном случае парцелляция создает необходимый автору контраст, призыв укреплять Всемирную организацию здравоохранения, а не выходить из нее звучит гораздо более эмоционально благодаря использованию исследуемого стилистического приема.

Парцелляция является одним из немногих синтаксических стилистических средств, способных передать интонацию в письменном тексте. Данный эффект достигается за счет создания особого ритма.

*You Look Familiar. Now Scientists Know Why* (The Times).

*There Is a «Great Silent Majority». But It Stands Against Trump* (The New York Times). В данном заголовке автор статьи выносит в парцеллят то, на что он хочет обратить внимание читателя.

В следующих примерах с помощью использования парцелляции в заголовках авторам удается заинтриговать читателя, удивить, заставить заинтересоваться статьей.

*Grenfell Tower: public give hijabs, sweets, games ... and Gucci shoes* (The Times);

*Grenfell Tower: How to catch a falling baby – unharmed* (The Times);

Несмотря на расчлененность текста в парцеллированной конструкции, он обладает структурной и коммуникативной целостностью.

Таким образом, в заголовке современной англоязычной газеты для привлечения внимания читателя наиболее часто употребляются такие стилистические синтаксические средства, как повествовательный вопрос, эллипсис, именительный

темы, антитеза, параллельные конструкции, парцелляция. Все они направлены на то, чтобы сделать заголовок более ярким и привлекающим внимание читателя. При этом наиболее эффективным средством выразительности, на наш взгляд, является парцелляция. Данный синтаксический стилистический прием не является избитым, читатель еще не привык к нему, а, следовательно, парцелляция, как правило, делает заголовок более интригующим, вводит элемент неожиданности, сочетает, казалось бы, мало сочетаемые вещи.

Парцелляция занимает важное место среди других синтаксических стилистических средств, используемых в заголовках современных статей, привлекая внимание читателя и побуждая его прочитать статью. Являясь не избитым приемом, отличаясь ёмкостью, сжатостью и неожиданностью представления информации, парцелляция обладает большей образностью и эффективностью по сравнению с другими синтаксическими средствами выразительности.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л., 1990. 301 с.
2. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. 3-е изд. М.: Высшая школа, 1981. 316 с.
3. Мурзин Л.Н., Штерн А.С. Текст и его восприятие. Свердловск: изд-во Урал. ун-та, 1991. 172 с.
4. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка. Учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. 2-е изд., испр. М.: Астрель, 2003. 221 с.
5. Солганик Г.Я., Клушина Н.И. Публицистический стиль, или газетно-публицистический стиль, или стиль массовой коммуникации // Эффективное речевое общение (Базовые компетенции). Словарь-справочник. Красноярск, 2014. С. 499-501.
6. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М: «Флинта», «Наука». Под редакцией М.Н. Кожинной. 2003. 696 с.
7. Толковый переводоведческий словарь. 3-е издание, переработанное. М.: Флинта: Наука, 2003. 457 с.
8. Чигина Н.В., Петухова Е.И. Специфика английского газетного стиля // Инновационная наука. 2016. № 11-2. С. 137-139.
9. The Times & The Sunday Times. URL: <https://www.thetimes.co.uk/>
10. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/>

## REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Arnol'd I.V. Stilistika sovremennogo anglijskogo jazyka. L., 1990. 301 s.
2. Gal'perin I.R. Stilistika anglijskogo jazyka. 3-e izd. M.: Vysshaja shkola, 1981. 316 s.

3. Murzin L.N., Shtern A.S. Tekst i ego vosprijatie. Sverdlovsk: izd-vo Ural. un-ta, 1991. 172 s.
4. Skrebnev Ju.M. Osnovy stilistiki anglijskogo jazyka. Uchebnik dlja in-tov i fak. inostr. jaz. 2-e izd., ispr. M.: Astrel', 2003. 221 s.
5. Solganik G.Ja., Klushina N.I. Publicisticheskij stil', ili gazetno-publicisticheskij stil', ili stil' massovoj kommunikacii // Jeffektivnoe rechevoe obshhenie (Bazovye kompetencii). Slovar'-spravochnik. Krasnojarsk, 2014. S. 499-501.
6. Stilisticheskij jenciklopedicheskij slovar' russkogo jazyka. M: «Flinta», «Nauka». Pod redakciej M.N. Kozhinoj. 2003. 696 s.
7. Tolkovyj perevodovedcheskij slovar'. 3-e izdanie, pererabotannoe. M.: Flinta: Nauka, 2003. 457 s.
8. Chigina N.V., Petuhova E.I. Specifika anglijskogo gazetnogo stilja // Innovacionnaja nauka. 2016. № 11-2. S. 137-139.
9. The Times & The Sunday Times. URL: <https://www.thetimes.co.uk/>
10. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/>

Поступила в редакцию 29.07.2020.  
Принята к публикации 03.08.2020.

---

*Для цитирования:*

Кудряшова А.Н., Науменко М.Г., Косякова М.С. Парцелляция как эффективное средство художественной изобразительности в заголовке современной англоязычной газетной статьи // Гуманитарный научный вестник. 2020. №7. С. 91-96. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2020/07/Kudryashova.pdf>